

---

**SATW Tagung, 1. November 2012**

---



## **Mehrwert von Frauen in MINT?**

**Martina Schraudner**

# Gender- Aspekte im Innovationsprozess



---

# Konsequente Konzentration auf den Nutzen für Kundinnen und Kunden

---

D.h.:

Die Kundinnen und Kunden in die Lage versetzen,  
das zu tun, was sie derzeit nicht tun können,  
aber gerne tun würden, wenn sie wüssten,  
dass so etwas möglich ist!

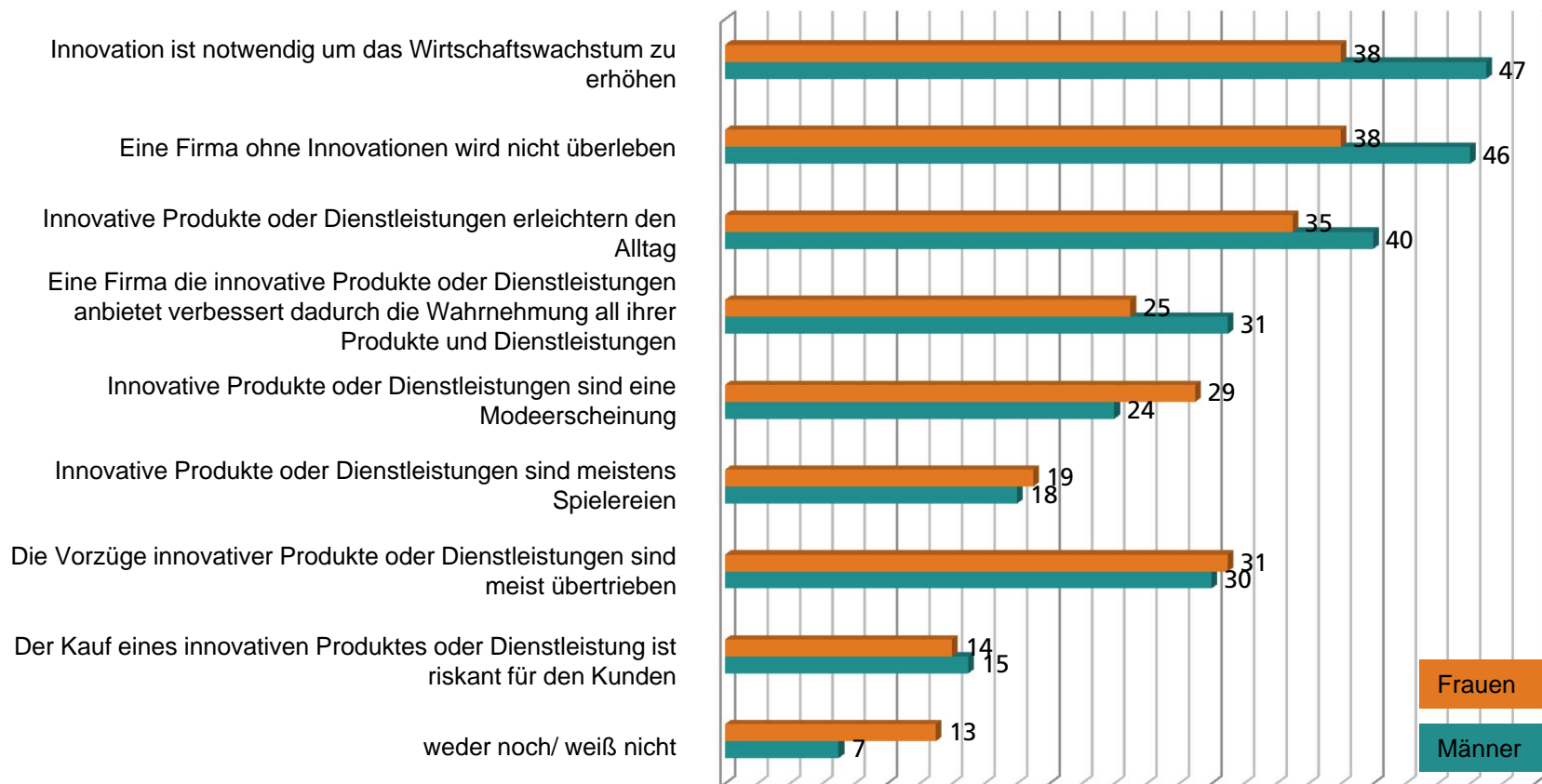
# Akzeptanz von Innovation

---

Gruppenname	Anteil an EU25 Bevölkerung	Gruppencharakteristiken
„Anti-Innovation“	16%	Weiblich; 55 Jahre oder älter; niedriger Bildungsstand; allein lebend; Hausfrau und Rentnerin.
„Widerstrebende“	33%	Weiblich; 40 Jahre oder älter; Arbeiterin oder nicht berufstätig (allerdings keine Studentin).
„Interessierte“	39%	Männlich, jung, Student oder Angestellter, lebt in einem großen Haushalt
„Enthusiasten“	11%	Männlich, jung, Student, hoher Bildungsstand, Manager

Quelle: European Commission, Population Innovation Readiness, Special Eurobarometer 236 / Wave 63.4 – TNS Opinion & Social (2005)

# Wahrnehmung von Innovation nach Geschlecht



Quelle: European Comission, Population Innovation Readiness, Special Eurobarometer 236 / Wave 63.4 – TNS Opinion & Social (2005)

# Anspruch an technische Systeme

---

"Einer Studie des Berliner Instituts für Sozialforschung zufolge wollen mehr als **58 Prozent der Seniorinnen und 37 Prozent der Senioren mit Unterstützung technischer Systeme in den eigenen vier Wänden leben**. Die höchsten Akzeptanzwerte erreichen dabei Anwendungen wie die automatische Sicherung der Wohnung, das Telemonitoring für Herz-Kreislauf-Kranke sowie die mobile Gesundheitsassistenz, etwa durch ein Shirt mit EKG-Funktion."



Quelle: <http://www.aerzteblatt.de/v4/archiv/artikel.asp?id=63398>

# Gesellschaftliche Entwicklungen

---



- **85%** der Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen. Die „weibliche Volkswirtschaft“ weist global einen jährlichen Konsum von 20 Billionen US Dollar auf.
- **> 50%** der Universitätsabschlüsse werden in Deutschland von Frauen gemacht.
- diverse Lebensstile werden neue Marktmöglichkeiten eröffnen

Ausbildung/  
Erwerbstätigkeit

---

# Collective intelligence factor in the performance of human groups (Woolley et al., 2010)

---

"This 'c-factor' (collective intelligence) is not strongly correlated with the average or maximum individual intelligence of group members but is correlated with the average social sensitivity of group members, the equality in distribution of conversational turn-making, and the proportion of females in the group."

Quelle: Woolley Anita W. et al., Science, Vol. 330, pp. 686-688, 2010

---



---

# DFG Gleichstellungsstandards

---

## Deutsche Forschungsgemeinschaft

"Eine erfolgreiche Gleichstellungsstrategie führt zu einem erheblichen Mehrwert: Gleichstellung wirkt sich auf die **Qualität der Forschung** aus, da **Talente aus einer größeren Grundgesamtheit** geschöpft werden können, eine **Vielfalt von Forschungsperspektiven gefördert** wird (Diversity) und die blinden Flecken zur Bedeutung von Gender in den Forschungsinhalten und –methoden beseitigt werden können. Die Berücksichtigung von relevanten Gender- und Diversity-Aspekten ist insofern ein wesentliches Element qualitativ hochwertiger Forschung."



Gleichstellungsstandards

Quelle: [http://www.dfg.de/download/pdf/foerderung/grundlagen\\_dfg\\_foerderung/chancengleichheit/forschungsorientierte\\_gleichstellungsstandards.pdf](http://www.dfg.de/download/pdf/foerderung/grundlagen_dfg_foerderung/chancengleichheit/forschungsorientierte_gleichstellungsstandards.pdf)

---

---

**... werden auch bei der EU relevant sein!**

---



“Horizon 2020 shall ensure the *effective promotion of gender equality and the gender dimension in research and innovation content.*” Article 15, HORIZON 2020 Framework proposal

Quelle: Regulations of the European parliament and of the Council, Establishing Horizon 2020 - the Framework Programme for Research and Innovation 2014-2020

---

---

# Unternehmenskulturen sind ein zentraler Ansatzpunkt

---

*Gründe für die geringe Anzahl von Frauen in Führungspositionen können aus der Unternehmenskultur abgeleitet werden:*

- + **Einzelmaßnahmen reichen nicht aus:** Für mehr Frauen in Führungspositionen ist es wichtig, alle Felder der Unternehmenskultur zu berücksichtigen.
- + **Enabling-Ansätze sind überholt:** Erfolgreiche Diversity-Maßnahmen adressieren Frauen und Männer im Unternehmen.
- + Die jeweilige Unternehmenskultur gibt die Ansatzpunkte für **organisationsspezifische Diversity-Ansätze** vor.



**BOSCH**



DAIMLER

Allianz 

 **BASF**  
The Chemical Company

EADS

**Microsoft**

 **BAHN**

# Häufig genannte Erfolgsfaktoren...

*Frage: Worauf kommt es in Ihrem Unternehmen an, um beruflich voranzukommen?*

"Man muss sich gut **nach außen repräsentieren**. Es kommt **nicht** auf die **Leistung** an. Es kommt darauf an, dass man mit den wichtigen Leuten spricht."

"Ich muss **Durchsetzungsfähigkeit** haben. Wenn ich etwas zu verantworten habe, kann ich die besten Ideen haben, wenn ich sie nicht auf die Schiene bekomme, habe ich irgendwann ein Problem."

"Ganz wichtig: **Selbstbewusstes Auftreten** und die Art und Weise wie man es macht. [...] Bei denen, die zwar mehr Selbstbewusstsein haben, aber inhaltlich schwächer sind, **sticht im Zweifelsfall die Arroganz das Inhaltliche**."

"**Die schnelle Lösung zählt**, bei uns ist alles schnell."

"Die Fachkompetenz ist wichtig, aber viel wichtiger ist es, ein **gutes Netzwerk zu haben, Kontakte zu pflegen**. Wenn man bekannt ist, ist dies der beste Weg. Auch wichtig ist es, sich gut zu verkaufen, Präsenz zeigen."

Quelle: Kaiser S., Hochfeld K., Gertje E., Schraudner M., 2012, Unternehmenskulturen verändern - Karrierebrüche vermeiden ISBN 978-3-8396-0467-0

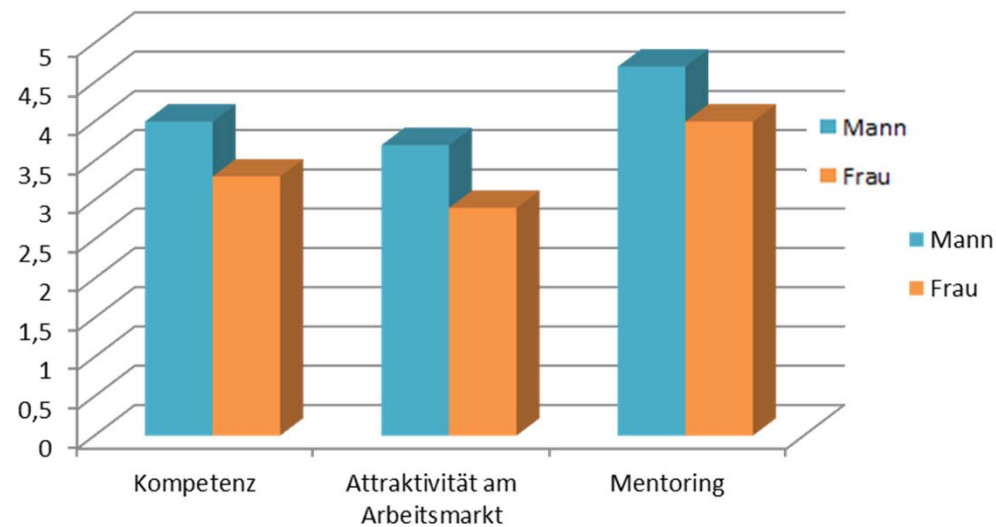




# Bewertung einer Bewerbung in forschungsintensiven Universitäten

## Kompetenz, Attraktivität im Arbeitsmarkt und Mentoring nach Geschlecht der Studenten (über alle Fakultäten)

N=127 randomisierte Doppel-Blind Studie



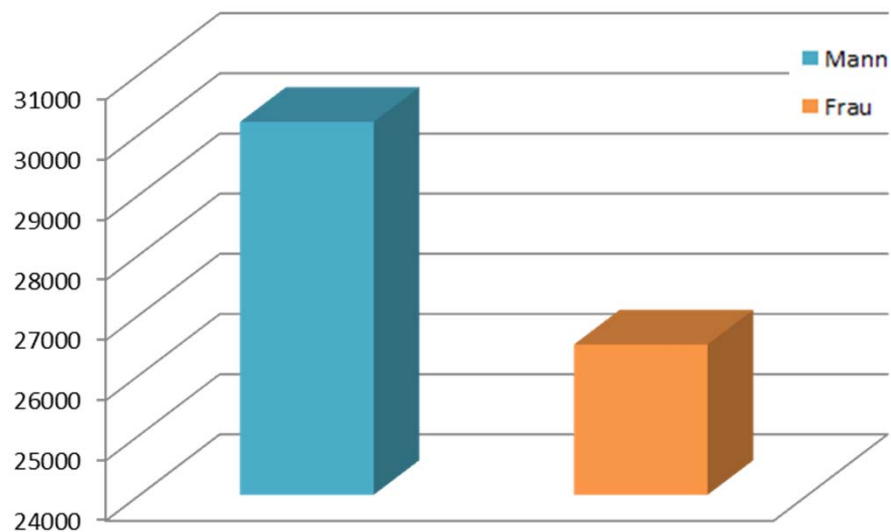
Es zeigt sich kein Unterschied ob Frauen oder Männer bewerten!

Quelle: Corinne Moss-Racusin et al., 2012, „Science faculty’s subtle gender biases favor male students“  
[www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1211286109](http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1211286109)

# Bewertung einer Bewerbung in Forschungsintensiven Universitäten

## Gehaltserwartungen nach Geschlecht (SG1) Studenten (über alle Fakultäten)

N=127 randomisierte Doppel-Blind Studie

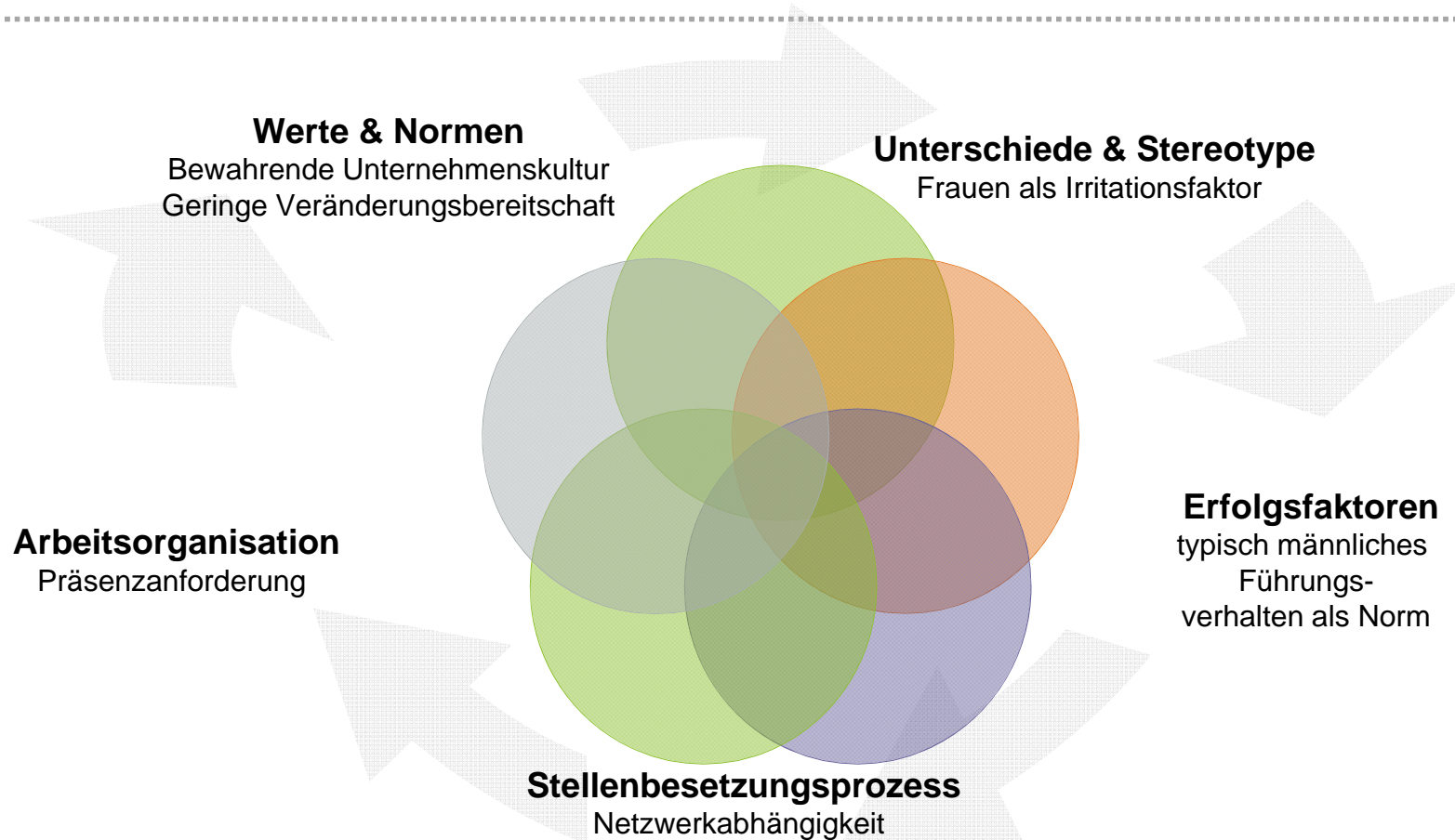


Es zeigt sich kein Unterschied ob Frauen oder Männer bewerten!

Quelle: Corinne Moss-Racusin et al., 2012, „Science faculty´s subtle gender biases favor male students“  
[www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1211286109](http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1211286109)



# Die Felder der Unternehmenskultur sind interdependent und müssen im Gesamtkontext analysiert und adressiert werden

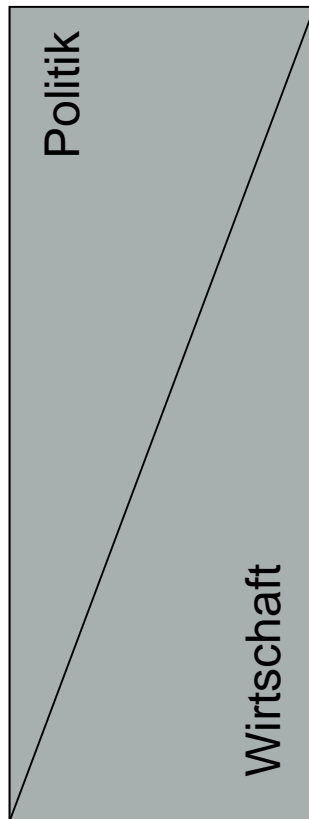


Quelle: Kaiser S., Hochfeld K., Gertje E., Schraudner M., 2012, Unternehmenskulturen verändern - Karrierebrüche vermeiden ISBN 978-3-8396-0467-0

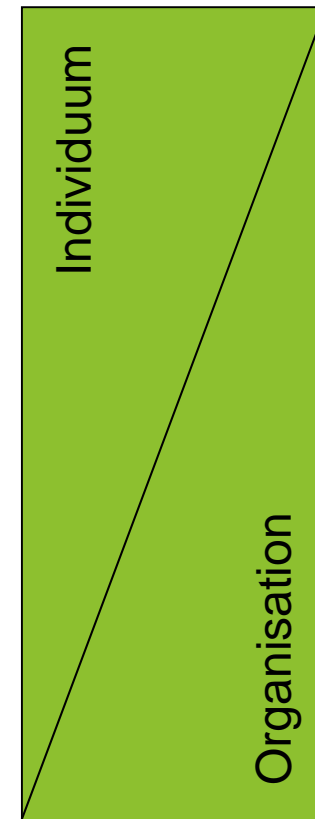
# In welchen Schritten im Forschungsmanagementprozess kann "Gender" Relevanz haben?

Wann?	Wie?	Wer?			
		Unis/ Forschungsorganisationen	Förderentscheider	gesell. Rahmen	BürgerInnen
1) Forschungsthemen	- Perspektivenvielfalt				
2) Entwicklung der Forschungsfrage	-- inklusive ♀? sind ♀ betroffen?				
3) Rahmenbedingungen und Organisation des Forschungsteams	- ♀ inkludierend				
4) experimentelle Methoden	- gendersensibel?				
5) wissenschaftliche Anwendung	- Methoden? - Sprache				
6) Transfer der Forschungsergebnisse	- Form - Zielgruppen				
7) Interesse an Forschungsergebnissen	- Innovationen - Forschungscommunity - Nachwuchs				
8) Vermarktung der Ergebnisse	- Markt				

# Nutzenargumente im Umfeld Chancengleichheit



- Gesetz
- Gerechtigkeit
- Demokratie
- Fairness
- Nachhaltigkeit
- Motivation der Mitarbeiter/innen
- Kreativitätssteigerung
- Qualitätssteigerung
- Sicherung qualifizierter Mitarbeiter/innen
- verbesserte Kunden/innenorientierung
- verbesserte Ressourcennutzung
- lernfähige Organisation



Quelle: Bühner, Hufnagl, Schaudner, 2009, Frauen im Innovationssystem - Im Team zum Erfolg S.8

---

## Fazit

---

- + Die Beachtung von Gender Perspektiven trägt zur wissenschaftlichen Exzellenz bei, hat Einfluss auf den Projekterfolg und prägt den Markterfolg mit.
- + Eine Erhöhung des Frauenanteils in MINT Berufen allein, wird ohne Veränderungen in der Unternehmenskultur nicht möglich sein.
- + Ein Schlüssel ist die Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen.

---

---

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

